

SKRIPSI

MINAT REMAJA RW 04 KELURAHAN MERANTI PANDAK
KOTA PEKANBARU DALAM MENONTON TAYANGAN X-FACTOR
INDONESIA DI RCTI



DISUSUN OLEH
SRI MUTIA RAHMADANI
10943006604

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI BROADCASTING
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2013

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nyalah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Yang berjudul “MINAT REMAJA RW 04 KELURAHAN MERANTI PANDAK KOTA PEKANBARU DALAM MENONTON TAYANGAN X-FACTOR INDONESIA DI RCTI”.

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana pada Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, selain itu juga untuk mengembangkan pengetahuan mengenai jurusan yang penulis tekuni yakni jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi penyiaran (broadcasting).

Selanjutnya dalam kesempatan ini tidak lupa pula untuk menyampaikan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, diantaranya:

1. Ayahanda (Yasmir) dan Mamaku (Yusma) yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil, serta do’a tiada henti untuk penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Ketiga abang – abangku, Nusyirwan (Erdawati), M.Ikhsan, S.Kom (Lisma Yuliani, ST), dan Afrizal (Martiaru) yang telah memberikan dorongan untuk penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
3. Seluruh keluarga besar, Nenek (Siti Aisah), Mamak Syarifuddin & Kel, (Almh) Etek Isnati & Kel, Etek Nileksum & Kel, Maman Zamawar, SE & Kel, Mak Wo Bada & Kel, Pak Ro’I & Kel, Pak Roman & Kel, Bibik Sinur & kel, yang sangat berkontribusi bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bpk. Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bpk. Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA selaku Pembantu Rektor Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan keluarga.
6. Bpk. Prof. Dr. Amril M, MA selaku mantan Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dan Bpk. Dr. Yasril Yazid, M.Is selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
7. Bpk. Drs. H. Suhaimi, M.Ag selaku Pembimbing Akademis (PA) selama penulis dalam bangku kuliah dari awal hingga selesai.
8. Bpk. Dr. Nurdin Halim, MA selaku ketua jurusan Ilmu Komunikasi.
9. Bpk. Drs. H. Abdul Rachman, M.Si (Pembimbing I) dan Bpk. Yantos, M.Si (Pembimbing II) yang tanpa letih dan bosan memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.
10. Seluruh jajaran dosen jurusan Ilmu Komunikasi beserta staff dan karyawan akademis yang banyak membantu dalam masa perkuliahan.
11. Penyemangat hidup yang selama ini memberikan warna dan segala hal dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat – sahabatku Susan Pricillia, Ayu Andira, Yulia Saputri, Anita Carolina, T. Yulia Ispi Adwa, Nurul Hasanah, Reza Novita Sari, Ryni Andica, Rahmayani, Weni Arsita, Suhaila, Rani Suwandi, Meliza Edtriani, Nurleni, Nurhayati, Weni Ade Lestari, Eky Wulandari, Sri Mulyani, Nur Pratiwi, Hazly Mirdani, Tio Arif, Rafka Tiara, Nurul Hidayani, Mulyati, Elfrida Ramadani, Mirna Arpis, Suriani, Siska, Neno Sari Lestari, Nafisatun Ni'mah, Rezdawati, yang memberi semangat serta waktu untuk mendengarkan keluhan penulis selama proses penulisan skripsi ini.
13. Keluarga besar KKN Tematik UIN SUSKA RIAU'12 Tanjung Kudu, Tambang. Bpk. Zamzamir & Kel, Bpk. Muarrozi & Kel, Wendi Rusdianto (Ketua), M. Rezky Kemi Fadillah (Abang), Ilham Saputra (Uda), Nurul Hasanah (Adek), Erzola Fauzi Rava (Mak Puk), Weni Rahim (Etek), Nurmi Hidayah Sari (Amai), Silvya Megasari (Mbak Yu), Sri Hartati (Adek), tanpa beliau dan kalian semua, penulis tidak akan pernah merasakan cara untuk tetap bertahan dan selalu berusaha demi mewujudkan tujuan.

14. Teman – teman angkatan Ilmu Komunikasi '09 yang dari awal merasakan suka dan duka dalam berjuang meraih gelar S1 (Di tempat ini kita memulai dan ditempat ini pula kita harus mengakhiri. But, I'll never forget it, I Love you All).

Akhir kata, dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat kekurangan sehingga masih jauh dari kesempurnaan, maka sangat diharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini dan mudah – mudahan dapat berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Pekanbaru, Mei 2013

Sri Mutia Rahmadani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAKSI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul	6
C. Penegasan Istilah	7
D. Permasalahan	12
E. Tujuan Penelitian	12
F. Kerangka Teoritis.....	12
G. Metode Penelitian.....	23
H. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II TINJAUAN UMUM	27
A. Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru	27
B. Kependudukan Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru	29

C. RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru	33
D. Tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.....	3
E. Hubungan Psikologi dengan Paedagogiek	3
F. Hubungan Psikologi dengan Agama.....	3
BAB III PENYAJIAN DATA	47
BAB IV ANALISIS DATA	65
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Model “Uses and Gratifications”	14
Gambar 2 Peta Kelurahan Meranti Pandak	27

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Jumlah Penduduk	29
Tabel II.2 Jumlah penduduk menurut kelahiran dan kematian per-tahun.....	29
Tabel II.3 Jumlah penduduk menurut yang datang dan yang pindah per-tahun	29
Tabel II.4 Jumlah pemeluk agama	30
Tabel II.5 Etnis penduduk	30
Tabel II.6 Tingkat umur penduduk	31
Tabel II.7 Tingkat pendidikan penduduk	31
Tabel II.8 Ketenagakerjaan	32
Tabel II.9 Mata pencaharian pokok penduduk.....	32
Tabel II.10 Tingkat kesejahteraan penduduk	33
Tabel II.11 Jumlah Penduduk	34
Tabel II.12 Tingkat umur penduduk	34
Tabel II.13 Tingkat pendidikan penduduk	34

Tabel II.14 Tingkat kesejahteraan penduduk	35
Tabel II.15 Detil Gala Live Show hingga tanggal 10 Mei 2013	39
Tabel III.1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel III. 2 Pendidikan Terakhir Responden	48
Tabel III.3 Penghasilan Orang Tua Responden	49
Table III.4 Tanggapan responden terhadap kepemilikan televisi di rumah masing – masing	50
Table III.5 Tanggapan responden terhadap seberapa sering menonton televisi setiap hari	50
Tabel III.6 Tanggapan responden terhadap seberapa lama menonton televisi selama sehari	51
Tabel III.7 Tanggapan responden terhadap waktu sering menonton televisi.....	52
Tabel III.8 Tanggapan responden terhadap program yang sering ditonton	53
Tabel III.9 Tanggapan responden terhadap pernah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.....	54
Tabel III.10 Tanggapan responden terhadap menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk pertama kalinya	55
Tabel III.11 Tanggapan responden terhadap keinginan untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setelah yang pertama kalinya	56

Tabel III.12 Tanggapan responden terhadap menyediakan waktu khusus untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI	57
Tabel III.13 Tanggapan responden terhadap alasan untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.....	58
Tabel III.14 Tanggapan responden terhadap hal yang membuat tertarik menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya.....	59
Tabel III.15 Tanggapan responden terhadap sikap jika diganggu ketika menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya.....	60
Tabel III.16 Tanggapan responden untuk mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI diluar jam tayang.....	61
Tabel III.17 Tanggapan responden terhadap media untuk mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI.....	62
Tabel III.18 Tanggapan responden terhadap bertambahnya wawasan dibidang musik atau olah vokal setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.....	63
Tabel III.19 Tanggapan responden terhadap ketertarikan untuk mendaftar menjadi calon peserta X-Factor Indonesia di RCTI jika ada season kedua suatu saat nanti	64
Tabel IV.1 Rekapitulasi Angket.....	66

ABSTRAKSI

Dizaman yang serba canggih dan instan seperti sekarang ini, sebagai sebuah media massa, televisi masih menjadi primadona dihati khalayak. Bagaimana tidak, dengan “biaya” yang murah, tidak perlu memusingkan diri dengan tagihan perbulan yang berat, khalayak bisa mendapatkan informasi, edukasi bahkan hiburan secara percuma, tinggal memilih tayangan mana yang baik dan sesuai dengan kebutuhan.

Khususnya di Indonesia, setelah pecahnya reformasi, banyak stasiun televisi swasta yang muncul laksana jamur dimusim hujan. Seiring dengan itu, RCTI yang merupakan stasiun televisi swasta pertama di Indonesia selalu berusaha menjaga konsistensinya dengan menayangkan tayangan – tayangan yang berkualitas untuk pemirsa setianya terutama dalam tema musik karena industri musik yang sedang menggeliat, terbukti dengan modal tampang dan didukung oleh suara yang cukup bisa diterima khalayak dan menjadi idola dikalangan remaja.

Penelitian ini diarahkan pada minat remaja akhir (18-21 tahun) RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI. Dipilihnya RW ini sebab selama mengadakan pra-riset di Kelurahan Meranti Pandak, remaja RW 04 yang lebih sering menghabiskan waktu malam hari dengan menonton televisi. Hal ini dikarenakan faktor tempat tinggal yang dekat dengan sungai siak sehingga cuaca panas disiang hari membuat remaja tidak nyaman menonton televisi dan lebih memfokuskan diri dengan kegiatan seperti kuliah atau bekerja.

Berdasarkan permasalahan diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “***Minat Remaja RW 04 kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam Menonton Tayangan X-Factor Indonesia di RCTI***”.

Untuk memudahkan penelitian, maka dirumuskan masalah yakni bagaimana minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X- Factor Indonesia di RCTI. Data dalam penelitian ini diambil dengan cara menyebar angket. Data yang terkumpul tersebut kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik analisa data persentase kualitatif karena penelitian ini bersifat deskriptif, dimana data – data yang berupa angka – angka akan dijabarkan dengan kalimat.

Berdasarkan analisa data dapat disimpulkan bahwa minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X- Factor Indonesia di RCTI adalah sedang. Hal ini dapat dilihat dari angka persentase sebesar 69,47%. Angka ini jika diukur dengan indikator persentase minat maka dikategorikan kedalam kategori sedang. Disamping itu indikator sedangnya minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X- Factor Indonesia di RCTI juga dapat dilihat dari tabel – tabel yang memuat indikator minat dimana sebagian besar memiliki persentase sedang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Penyiaran televisi di Indonesia dimulai pada tahun 1962 saat TVRI sebagai stasiun penyiaran televisi pertama dan satu – satunya milik pemerintah RI menyiarkan secara langsung upacara hari kemerdekaan RI ke – 17, di siarkan langsung itupun masih sebagai siaran uji coba.

Siaran resmi pertama TVRI dimulai pada tanggal 24 Agustus 1962 jam 14.30 WIB yang menyiarkan secara langsung upacara pembuka ASIAN GAMES ke-4 di stadion Gelora Bung karno (GBK). Semenjak itulah selama 27 tahun pemirsa televisi di Indonesia hanya dapat menonton 1 stasiun TV saja.

Barulah pada tahun 1989, pemerintah memberi izin operasi kepada kelompok usaha Bimantara untuk membuka stasiun televisi RCTI yang menjelma menjadi stasiun televisi swasta resmi pertama di Indonesia. Disusul kemudian oleh SCTV, Indosiar, ANTV dan TPI (yang sekarang berubah nama menjadi MNCTV).

Menyusul pecahnya reformasi pada tahun 1998, mendorong pesat perkembangan industri media penyiaran di Indonesia seiring dengan meningkat pula kebutuhan masyarakat terhadap informasi. Sehingga hampir secara serentak muncul lima stasiun televisi swasta baru seperti MetroTV, TransTV, TV7, Lativi (yang sekarang berubah nama menjadi TVONE) dan GlobalTV serta

menjamurnya beberapa stasiun televisi daerah maupun stasiun televisi berskala nasional baru lainnya hingga saat ini.

Sekarang RCTI (Rajawali Citra Televisi Indonesia) sebagai stasiun televisi resmi pertama di Indonesia dengan menjamurnya kompetitor dalam bidang penyiaran selalu akan berusaha untuk menyajikan tayangan – tanyangan yang informatif, edukatif dan entertaining yang berkualitas untuk seluruh rakyat Indonesia.

RCTI pertama mengudara pada 13 November 1988 dan diresmikan pemerintah kala itu pada 24 Agustus 1989 dan awalnya siaran perdana RCTI hanya dapat ditangkap oleh pelanggan yang memiliki dekoder dan membayar iuran setiap bulannya. Kemudian RCTI melepas dekodernya pada akhir 1989.

Pemerintah mengizinkan RCTI melakukan siaran bebas secara nasional sejak tahun 1990 tapi baru terwujud pada akhir 1991 setelah membuat RCTI Bandung pada 1 Mei 1991. Semenjak oktober 2003 dibawah bendera Media Nusantara Citra yang dipimpin oleh Hary Tanoesoedibjo, RCTI semakin berkibar dan pada tahun 2004 RCTI termasuk stasiun televisi yang terbesar di Indonesia. Tidak puas dengan itu Media Nusantara Citrapun juga memiliki Global TV dan MNCTV.

Visi dan Misi RCTI, sebagai berikut:

1. Visi "Media Utama Hiburan dan Informasi", RCTI menyajikan acara-acara yang menarik dan bermutu sehingga menjadi televisi pilihan terbaik untuk hiburan dan informasi di Indonesia. Keseimbangan antara bisnis dan tanggung jawab sosial berjalan seiring.

2. Misi "Bersama Menyediakan Layanan Prima", RCTI memberi tekanan pada semangat kebersamaan dalam rangka menumbuh-kembangkan upaya-upaya bersama di mana semua komponen Perusahaan, dari tingkat atas sampai bawah, dirangsang, dikoordinasi serta disistematisasi untuk berkarya sebaik mungkin dalam memberikan layanan terbaiknya. (Company Profil RCTI. <http://www.rcti.tv//companyprofil//visimisircti>, akses tanggal 13 Desember 2012)

Hingga saat ini RCTI merupakan stasiun televisi yang memiliki jangkauan terluas di Indonesia, melalui 48 stasiun relainya program-program RCTI disaksikan oleh lebih dari 190,4 juta pemirsa yang tersebar di 478 kota di seluruh nusantara, atau kira-kira 80,1% dari jumlah penduduk Indonesia. (Company Profil RCTI. <http://www.rcti.tv//companyprofil>, akses tanggal 13 Desember 2012)

Cita-cita itu menjadi nyata karena sejak berdiri hingga saat ini RCTI senantiasa menjadi *market leader*. Di usianya yang ke-22, pada tahun 2011 silam (periode Januari - Desember 2011) RCTI tetap mempertahankan posisi *market leader* dengan pangsa pemirsa mencapai 17.5% (ABC, 5+) dan 17.8% (All Demography). RCTI juga berhasil mempertahankan pangsa periklanan televisi tertinggi sebesar 15.7% (periode Januari - Nopember 2011), seperti dilaporkan oleh *Nielsen Audience Measurement*.

Di RCTI, kualitas bukanlah kata tanpa makna, melainkan harmonisasi dari mimpi, idealisme, kesungguhan, kerja keras, kebersamaan, dan doa. 6 aspek

tersebut tercermin dan mewarnai program-program RCTI yang mengusung motto "Kebanggaan Bersama Milik Bangsa" namun tampil dalam kemasan yang "oke". Kualitas program-program RCTI pada akhirnya mengantarkan RCTI untuk selalu menjadi yang terdepan dalam industri penyiaran TV di Indonesia.

RCTI mengudara memperoleh tayangan yang akan disiarkan dengan berbagai cara, yaitu:

1. Diproduksi sendiri.
2. Diproduksi dengan kerja sama dengan pihak lain.
3. Hasil pertukaran program dengan stasiun lain.
4. Dibeli dari usaha rumah produksi.
5. Materi dari stasiun penyiaran lain. (Rachman, 2009:67-68)

Selama ini RCTI pernah menyiarkan ajang bergengsi Eropa bahkan dunia, termasuk yang terakhir Piala Dunia 2002 dan Euro 2008 bersama Global TV dan MNCTV. Namun salah satu program berkualitas RCTI yang masih berjalan adalah X-FACTOR INDONESIA.

X-Factor Indonesia adalah suatu tayangan ajang pencarian bakat yang diadopsi dari *X-Factor* (Inggris) dengan sponsor dari FremantleMedia yang bekerjasama dengan RCTI. Ajang ini merupakan pencarian bakat menyanyi. Dimana dalam acara ini lebih ditekankan pada kualitas suara para kontestan dan bukan berdasarkan penampilan semata walaupun seorang penyanyi juga harus dituntut berpenampilan menarik diatas panggung.

Pada 29 Oktober 2012, RCTI mengumumkan dua dari empat musisi yang akan mengisi posisi juri X-Factor Indonesia, yaitu Ahmad Dhani dan Bebi Romeo. Dua video promosi untuk kedua musisi tersebut diunggah di akun YouTube resmi X-Factor Indonesia. Banyak nama-nama yang dirumorkan mengisi posisi untuk dua juri perempuan, terutama penyanyi internasional asal Indonesia, Anggun C. Sasmi. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

Pada 1 November 2012, Anggun mengumumkan lewat akun Twitter resminya bahwa ia tidak berpartisipasi dalam ajang ini. Kabar yang beredar menyebutkan RCTI tidak sanggup memenuhi nilai kontrak yang Anggun minta, sementara Simon Cowell selaku pemegang lisensi *The X-Factor* mewajibkan adanya penyanyi internasional di jajaran juri. Pada tanggal 16 November 2012, Rossa mengonfirmasi keterlibatan dirinya sebagai juri di X-Factor Indonesia. RCTI pada akhirnya berhasil mencapai kata sepakat dengan Anggun. Ia resmi diumumkan sebagai juri pada 11 Desember 2012 lewat akun twitter X-Factor Indonesia. Namun, karena sedang sibuk menggelar tur konser di Jerman dan Perancis, Anggun tidak bisa hadir selama proses audisi. Mulan Jameela sempat menduduki sementara kursi Anggun pada hari terakhir audisi. Konferensi pers perdana X-Factor Indonesia digelar pada 19 Desember 2012 dan dihadiri tiga juri, kecuali Rossa. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

Media massa memang merupakan suatu alat yang berfungsi untuk menyampaikan informasi, pendidikan, hiburan dan lain sebagainya. Namun media

massa juga memberikan efek terhadap khalayak, yang diluar fungsi tersebut. (Rubani, 2010:261)

Maka sebagai program unggulan RCTI, tayangan X-Factor Indonesia yang mulai disiarkan pada 28 Desember 2013 pastinya tidak hanya berfungsi sebagai hiburan semata untuk pemirsa setia RCTI setiap minggu khususnya bagi remaja. Program yang ditayangkan setiap hari jum'at malam itu juga menjadi gudang informasi dan edukasi dibidang tehnik olah vokal.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“MINAT REMAJA RW 04 KELURAHAN MERANTI PANDAK KOTA PEKANBARU DALAM MENONTON TAYANGAN X-FACTOR INDONESIA DI RCTI”**.

B. Alasan Pemilihan Judul

Judul ini dipilih penulis berdasarkan pertimbangan sebagai berikut:

1. Menurut penulis tayangan ini sangat menarik, mengingat tayangan ini selalu ditunggu pemirsa setia RCTI setiap minggunya. Tidak hanya sekedar untuk menyaksikan bagaimana tegangnya suasana kompetisi para peserta kompetisi X-Factor itu sendiri, pemirsa juga terhibur dengan aksi – aksi para juri yang saling menjatuhkan satu sama lain.
2. Tayangan ini salah satu tayangan berkualitas dan terpopuler RCTI terbukti dengan adanya siaran delay setiap hari minggu siang.
3. Pemilihan judul inipun sesuai dengan program studi penulis yaitu jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi penyiaran (broadcasting).

C. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan persepsi terhadap judul, maka pada bagian ini akan dijelaskan istilah – istilah terkait didalam judul, sebagai berikut:

1. Minat

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. (Gunarso, 1995:68)

Minat yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kecendrungan untuk menonton tayangan X-factor Indonesia.

2. Tayangan X-Factor Indonesia di RCTI

X-Factor Indonesia adalah suatu tayangan ajang pencarian bakat yang diadopsi dari X-Factor (Inggris) dengan sponsor dari FremantleMedia yang bekerjasama dengan RCTI. Adapun tahapan – tahapan tayangan X-Factor hingga sekarang, sebagai berikut:

a. Proses Audisi

X-Factor Indonesia berlangsung di sepuluh kota di Indonesia yaitu Medan, Bandung, Padang, Balikpapan, Manado, Makassar, Ambon, Surabaya, Yogyakarta, dan Jakarta. Sementara itu, audisi utama diselenggarakan di lima kota yaitu Medan (Universitas Negeri Medan, 29 September 2012), Bandung (Sasana Budaya Ganesha, 3

Oktober 2012), Surabaya (Balai Prajurit, 23 Oktober 2012), Yogyakarta (Jogja Expo Center, 6 November 2012), dan Jakarta (Jakarta International Expo, 13-14 November 2012). Lebih dari 100.000 pendaftar mengikuti proses audisi X Factor Indonesia. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

Para pendaftar diharuskan berusia minimal 15 tahun sampai dengan usia maksimal yang tidak terbatas, baik dalam format penyanyi solo maupun grup vokal. Audisi online juga digelar selama lima hari, dari tanggal 24 hingga 28 Oktober 2012, melalui situs resmi X-Factor Indonesia. Para peserta yang lolos kemudian tampil di hadapan para juri utama. Tahapan akhir dari proses audisi dilakukan di Studio 8 RCTI. Selama proses audisi para peserta tampil tidak hanya di hadapan empat orang juri utama, tetapi juga disaksikan oleh ribuan penonton secara langsung. Para penonton tersebut turut berperan dalam mempengaruhi keputusan juri utama.

b. Bootcamp

Tahap bootcamp berlangsung selama tiga hari di Studio 8 RCTI dan ditayangkan dalam dua episode pada 25 Januari dan 1 Februari 2013. Dalam babak ini para peserta yang lolos audisi yang berjumlah 119 kontestan dibagi ke dalam empat kategori, yaitu Boys (solo pria di bawah 24 tahun), Girls (solo wanita di bawah 24 tahun), Over 24s (solo pria dan wanita 24 tahun ke atas), dan Groups (grup

vokal). Pada hari pertama audisi para kontestan diminta bernyanyi secara berkelompok, yakni kategori Boys menyanyikan lagu "Harus Terpisah" (Cakra Khan) atau "Hargai Aku" (Armada), kategori Girls menyanyikan "Butiran Debu" atau "Rindu", kategori Over 24s menyanyikan "Separuh Aku" (Noah) atau "Bunga Terakhir", serta kategori Grup menyanyikan "Could It Be" atau "Tak Pernah Padam". Dalam tantangan ini, 74 kontestan dinyatakan lolos ke babak selanjutnya. Pada hari kedua bootcamp para peserta diajarkan koreografi oleh instruktur yang berpengalaman dan kemudian harus memperagakan gerakan tersebut di depan para juri tersebut. Pada hari ketiga bootcamp 48 kontestan yang lolos diminta untuk bernyanyi di hadapan para juri untuk kemudian diperkecil menjadi 24 kontestan. Namun, karena banyaknya talenta yang kuat, juri akhirnya meloloskan 26 kontestan. Para juri juga memutuskan untuk mengubah batasan usia kategori dari 24 tahun menjadi 26 tahun akibat ketatnya persaingan di kategori Over 24s. Karena persaingan di kategori grup yang lemah, para juri membentuk dua grup baru, yaitu grup vokal pria dan grup vokal wanita. Dua grup tersebut beranggotakan empat pria dan empat wanita yang tidak lolos dari tahapan bootcamp untuk kategori Boys dan Girls. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

c. Judge's Visit Home

Tahapan akhir dari proses seleksi X Factor Indonesia adalah Judges' Home Visit. Episode ini ditayangkan pada 8 Februari 2013 dan menjadi episode perdana bagi Anggun sebagai juri dan mentor. Pada tahapan seleksi ini, 27 kontestan yang terbagi dalam empat kategori dibawa mengunjungi rumah mentornya masing-masing. Di sana mereka diminta untuk menyanyikan lagu pilihan mereka di depan mentornya. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

d. Showcase dan Wildcard

Showcase adalah live performance pertama untuk 12 kontestan yang berhasil lolos ke acara Gala live show. Setiap mentor akan memperkenalkan kontestan terbaik yang mereka miliki kepada publik. Setiap kontestan akan tampil satu per satu untuk menunjukkan kemampuan mereka. Pada awal showcase, diumumkan bahwa setiap juri bisa membawa kembali satu kontestan sebagai wildcard. Masyarakat kemudian memilih mana dari empat wildcard yang akan menjadi finalis ketiga belas. Ini membuat juri harus memilih kontestan tambahan untuk diadu di wildcard. Dhani memilih Awan, Rossa memilih Theresia Dina, Anggun memilih Adhi Permana dan Romeo memilih Alex Rudiart. Alex terpilih sebagai kontestan ketiga belas di akhir showcase. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

e. Gala Live Show

Ini adalah tahapan terakhir dimana setiap minggunya ke – 13 kontestan akan mempersembahkan talent terbaiknya dan posisi terbawah akan tereliminasi hingga akhirnya menyisakan 2 kontestan difinal. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

3. Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata latin *adolescence* (kata bendanya *adolescenta* yang berarti remaja) yang berarti tumbuh menjadi dewasa. *Adolescence* artinya berangsur-angsur menuju kematangan secara fisik, akal, kejiwaan dan sosial serta emosional. Hal ini mengisyaratkan kepada hakikat umum, yaitu bahwa pertumbuhan tidak berpindah dari satu fase ke fase lainnya secara tiba-tiba, tetapi pertumbuhan itu berlangsung setahap demi setahap. (Mighwar, 2006:55)

Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah laki –laki dan perempuan yang berusia 18 – 21 tahun yang belum menikah di RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru. Diambilnya remaja akhir sebagai sample agar lebih memudahkan penulis dalam menkoordinasikan penyebaran angket dan mendapatkan hasil jawaban yang valid, karena di umur 18-21 tahun sudah bisa menentukan pilihan tanpa adanya tekanan dari orang lain.

D. Permasalahan

1. Batasan Masalah

Untuk menjaga penelitian ini tetap pada bingkainya, maka penulis membatasi permasalahan hanya kepada bagaimana minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, masalah yang ditemukan penulis adalah bagaimana minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dibangun berdasarkan aspek – aspek yang mencakup tentang minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak

Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

Dalam penelitian ini, landasan teori yang digunakan adalah *Theory Uses and Gratifications* (Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan). Menurut pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael, ada beberapa asumsi yang mendasari teori ini, asumsi-asumsi dasar tersebut antara lain adalah:

- a. Khalayak merupakan sekelompok konsumen aktif yang secara sadar menggunakan media sehubungan dengan pemenuhan kebutuhan personal maupun kebutuhan sosial yang diubah menjadi motif-motif tertentu.

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. (Gerungan, 2010:151)

Dalam penelitian ini motif yang dimaksud merupakan dorongan seseorang untuk cenderung meminati menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

- b. Pemilihan media dan isinya merupakan sebuah tindakan yang beralasan serta memiliki tujuan dan kepuasan tertentu sesuai dengan inisiatif khalayak.
- c. Seluruh faktor yang ada pada formasi khalayak aktif seperti motif, gratifikasi yang diharapkan dan gratifikasi yang diterima secara prinsip dapat diukur karena khalayak memiliki kesadaran

diri yang memadai mengenai penggunaan media, kepentingan dan motivasinya sehingga dapat menjadi bukti bagi peneliti.

- d. Media massa bersaing dengan sumber-sumber lain untuk dapat memenuhi kebutuhan audiens.

Gambar 1

Model “Uses and Gratifications”



Anteseden meliputi variabel individual yang terdiri dari data demografis seperti usia, jenis kelamin dan faktor – faktor psikologis komunikasi serta variabel lingkungan seperti organisasi, sistem sosial dan struktur sosial. (Rakhmat, 2009:66)

Daftar motif memang tidak terbatas. Ada 3 orientasi motif yaitu:

- a. Orientasi kognitif (kebutuhan akan informasi, *surveillance* atau eksplorasi realitas).
- b. Diversi (kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan).
- c. Identitas personal (menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan atau khalayak sendiri).

Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media jenis isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan.

Sedangkan efek dapat dioperasionalkan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasannya.

Riset *Uses and Gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Intinya Teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak tersebutlah yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif – motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. (Kriyantono, 2006:206)

1. Tinjauan terhadap minat

Minat adalah sesuatu yang pribadi dan berhubungan erat dengan sikap. Minat dan sikap merupakan dasar bagi prasangka, dan minat juga penting dalam mengambil keputusan. Minat dapat menyebabkan seseorang giat melakukan menuju ke sesuatu yang telah menarik minatnya. Minat juga bisa diartikan sebagai kesukaan (kecenderungan

hati) kepada sesuatu, perhatian, keinginan (Kamus Lengkap Bahasa Indonesia).

Minat pada dasarnya merupakan suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, atau rasa takut yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu. Beberapa kondisi yang mempengaruhi minat, yaitu:

a. Status ekonomi

Apabila status ekonomi membaik, orang cenderung memperluas minat mereka untuk mencakup hal yang semula belum mampu merekabayangkan dan tontonannya pun tontonan yang berkelas, begitu juga sebaliknya.

b. Pendidikan

Semakin tinggi dan semakin formal tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang maka semakin besar pula kegiatan yang bersifat intelektual yang dilakukan. Dengan kata lain tidak akan mau menyia – nyiakan waktu untuk menonton tayangan yang tidak bermanfaat.

c. Tempat Tinggal

Lingkungan tempat tinggal sangat berperan penting untuk menimbulkan minat pada diri seseorang.

Minat seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti yang dikemukakan oleh Jalaluddin Rackmat (2004:52), sebagai berikut:

a. Faktor Internal (faktor yang berasal dari dalam diri seseorang)

1. Faktor Biologis

Faktor biologis menekankan pada pengaruh struktur biologis terhadap perilaku manusia. Pengaruh biologis ini dapat berupa instink atau motif biologis. Perilaku yang dipengaruhi instink disebut juga *species characteristic behavior* misalnya agresivitas, merawat anak dan lain-lain. Sedangkan yang bisa dikelompokkan dalam motif biologis adalah kebutuhan makan, minum dan lain-lainnya.

2. Faktor Sosiopsikologis

Merupakan proses sosial seseorang akan membentuk beberapa karakter yang akhirnya mempengaruhi minatnya. Karakter ini terdiri dari tiga komponen yaitu komponen afektif, kognitif dan konatif.

Komponen afektif merupakan aspek emosional dari faktor sosiopsikologis.

Komponen kognitif berkaitan dengan aspek intelektual yaitu apa yang diketahui manusia. Komponen kognitif terdiri dari kepercayaan, yaitu suatu keyakinan

benar atau salah terhadap sesuatu atas dasar pengalaman intuisi atau sugesti.

Komponen konatif berkaitan dengan aspek kebiasaan dan kemauan bertindak. Kebiasaan adalah aspek perilaku manusia yang relatif.

3. Faktor Sosiogenesis

Sosiogenesis disebut juga dengan motif sekunder sebagai lawan motif primer (biologis). Motif sosiogenesis dapat dijelaskan seperti dibawah ini :

- a. Motif ingin tahu: mengerti menata dan menduga.
Setiap orang berusaha memahami dan memperoleh arti dari dunianya.
- b. Motif kompetensi: setiap orang ingin membuktikan bahwa ia mampu mengatasi persoalan kehidupan apapun.
- c. Motif cinta: sanggup mencintai dan dicintai adalah hal esensial bagi pertumbuhan kepribadian.
- d. Motif harga diri dan kebutuhan untuk mencari identitas: erat kaitannya dengan kebutuhan untuk memperlihatkan kemampuan dan memperoleh kasih sayang.
- e. Kebutuhan akan nilai, kedamaian dan makna hidup: dalam menghadapi gejolak kehidupan, manusia

membutuhkan nilai-nilai untuk menuntunnya dalam mengambil keputusan atau memberikan makna pada kehidupannya.

- f. Kebutuhan akan pemenuhan diri: Kita bukan saja ingin mempertahankan hidup, kita juga ingin meningkatkan kualitas kehidupan diri kita.

b. Faktor Eksternal (faktor yang berasal dari luar diri seseorang)

1. Keluarga

Keluarga memegang peranan penting sebab keluarga adalah sekolah pertama dan terpenting. Dalam keluargalah seseorang dapat membina kebiasaan, cara berfikir, sikap dan cita-cita yang mendasari kepribadiannya.

2. Lingkungan

Pergaulan ini mampu menumbuhkan minat seseorang sebagaimana lingkungan keluarga. Bahkan terkadang teman bermain/sepergaulan mempunyai pengaruh yang lebih besar dalam menanam benih minat atau cita-cita.

Selain itu pengalaman seseorang, hobi, aktifitas sehari-hari dan hubungan dengan individu lain juga bisa mempengaruhi munculnya minat. Adapun unsur – unsur yang memunculkan minat seseorang, sebagai berikut:

- a. Kecendrungan, merupakan sikap jiwa seseorang untuk menyukai dan menyenangkan sesuatu hal atau hasrat yang keluar dari dalam hatinya.
- b. Perhatian, merupakan konsentrasi individu dalam melakukan pengamatan terhadap sesuatu tanpa mengenyampingkan sesuatu lainnya.
- c. Kemauan, merupakan dorongan yang terarah pada tujuan – tujuan hidup tertentu dan dikendalikan oleh pertimbangan akal budi.
- d. Kehendak, merupakan suatu unsur dimana seseorang merasa penasaran dan kekuatan yang mendorong agar setiap individu melakukan sesuatu.

Berdasarkan pembahasan diatas dapat ditarik kesimpulan apabila minat remaja dikaitkan dengan pemilihan terhadap tayangan televisi maka minat tersebut akan sangat dipengaruhi oleh bentuk dan jenis tayangan televisi tersebut. Dengan kata lain remaja akan menunjukkan minat terhadap tayangan televisi yang benar – benar menyentuh kebutuhan yang diperlukannya.

2. Tinjauan terhadap tayangan X-factor Indonesia di RCTI

Seperti stasiun televisi kebanyakan, RCTI pada dasarnya akan menyajikan tayangan yang informatif, edukatif dan entertaining yang berkualitas untuk seluruh rakyat Indonesia.

a. Informatif

Tayangan X-Factor Indonesia setiap tayang secara tidak langsung memberikan informasi kepada pemirsa bagaimana mengolah tehnik vokal yang baik dan benar.

b. Edukatif

Media penyiaran seperti televisi khususnya sangatlah ampuh untuk menjadi sarana pendidikan. Dalam penelitian ini tayangan X-Factor Indonesia menjadi gudang ilmu bagi remaja Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk bagaimana mengolah vokal yang baik dan benar.

c. Entertaining

Pada dasarnya setiap tayangan televisi dewasa ini lebih banyak yang berkiblat *profit orientit*, dengan kata lain lebih kearah hiburan agar pemirsa setianya tetap berminat dan setia untuk menonton stasiun televisi tersebut. Seperti tayangan X-Factor Indonesia yang disiarkan stasiun televisi RCTI ini, selain bertujuan informatif dan edukatif

pastinya akan menghibur pemirsa, terlihat dari serunya suasana kompetisi para peserta untuk menembus tahap – tahap selanjutnya, bagaimana juri memberi penilaian terhadap penampilan peserta dan kekonyolan – kekonyolan yang bisa saja terjadi setiap tayangnya.

2. Konsep Operasional

Perumusan konsep operasional ini bertujuan sebagai tolak ukur dalam penelitian di lapangan nantinya. Konsep operasional disini merupakan konsep yang jelas dan spesifik untuk mempermudah pembaca dalam memahami bagaimana variabel diukur dan untuk mempermudah bagi siapa saja yang ingin mengkaji ulang panalitian ini.

Secara operasional minat remaja yang dimaksud dapat diartikan sebagai pilihan kecendrungan menonton terhadap tayangan X-Factor Indonesia di RCTI yang membuat perasaan, harapan, pendirian, mereka tertuju pada acara tersebut, minat yang tercermin dalam bentuk harapan dan pendirian dan perasaan tersebut dapat di ukur dengan menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru mempunyai televisi dirumah.
2. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru pernah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.
3. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru ingin menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

4. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru menyediakan waktu khusus untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.
5. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru memiliki alasan khusus untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.
6. Remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru bertambah wawasannya setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

G. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru. Dipilihnya RW ini sebab selama mengadakan pra-riset di Kelurahan Meranti Pandak, remaja RW 04 yang lebih sering menghabiskan waktu malam hari dengan menonton televisi. Hal ini dikarenakan faktor tempat tinggal yang dekat dengan sungai siak sehingga cuaca panas disiang hari membuat remaja tidak nyaman menonton televisi dan lebih memfokuskan diri dengan kegiatan seperti kuliah atau bekerja. Serta terjangkau oleh penulis berdasarkan keterbatasan biaya dan waktu.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru, sedangkan objek penelitian ini adalah minat

menonton remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru terhadap tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

3. Populasi dan Sampel

Populasi yakni himpunan atau kumpulan dari semua subjek yang akan diteliti. (Soleh, 2005:4)

Pembicaraan tentang subjek penelitian akan dengan sendirinya menyangkut populasi dan sampel penelitian. Dengan kalimat lain, penentuan subjek penelitian dapat dilakukan dengan cara populasi atau sampel. Cara populasi dilakukan apabila pengambilan subjek penelitian meliputi keseluruhan populasi yang ada. Sementara itu, cara sampel adalah pengambilan subjek penelitian dengan cara menggunakan sebagian populasi yang ada. Biasanya karena berbagai keterbatasan yang dimiliki peneliti, mereka cenderung untuk menggunakan sampel sebagai subjek yang ingin dimintai datanya. (Idrus, 2009:93)

Berhubung populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dan belum diperolehnya angka pasti tentang jumlah seluruh remaja putri RW 04 Kelurahan Meranti Pandak maka sampel yang akan diteliti hanya sebesar 50 orang dari populasi. Sampel ini diambil dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling* dimana sampel yang diambil dengan cara penulis memilih langsung sampel yang akan diteliti yang ditetapkan besarnya tanpa memperhatikan persentase.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini akan diambil dengan teknik:

a. Angket

Angket yang akan disebarakan kepada responden bersifat tertutup dan sesuai dengan jumlah responden penelitian.

Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam mengisi daftar pertanyaan. (Kriyantono, 2009:95)

b. Wawancara

Wawancara akan dilaksanakan jika ada data yang belum lengkap dalam penelitian ini.

c. Observasi

Karl Weick (dikutip dari Seltiz, Wrightsman, dan Cook 1976 : 256) mendefinisikan observasi sebagai “pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme *in situ*, sesuai dengan tujuan – tujuan empiris”. (Rackmat, 2009:83)

Namun dalam penelitian ini, penulis turun langsung kelapangan hanya untuk mengetahui minat RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

5. Teknik Analisa Data

Data yang dikumpulkan akan diuraikan dengan menggunakan teknik analisa data persentase kualitatif karena penelitian ini bersifat deskriptif, dimana hasil penelitian berupa angka-angka yang akan dijelaskan dengan kalimat. Kemudian dicari hasilnya dengan menggunakan rumus persentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Ket.
P = Persentase Jawaban
F = Frekwensi atau Jumlah
N = Total Jumlah Responden (Warsito, 1992:59)

Adapun indikator yang digunakan adalah :

1. 76% - 100% Tinggi
2. 56% - 75% Sedang
3. 40% - 55% Rendah

H. Sistematika Penulisan

Penelitian ini direncanakan terdiri dari lima bab, yaitu sebagai berikut:

1. **BAB I**, merupakan bab pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, alasan memilih judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian dan sistematika penulisan.
2. **BAB II**, merupakan tinjauan umum terhadap lokasi penelitian.
3. **BAB III**, merupakan penyajian data penelitian.
4. **BAB IV**, merupakan analisa terhadap data penelitian.
5. **BAB V**, merupakan bab penutup.

BAB II

TINJAUAN UMUM

A. Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru

Gambar 2

Peta Kelurahan Meranti Pandak



Kelurahan meranti pandak merupakan kelurahan pertama yang berada di Kecamatan Rumbai Pesisir hasil pemekaran dari Kecamatan Rumbai dahulunya berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru No. 03 tahun 2003. Adapun jarak Kecamatan dengan pusat Kota Pekanbaru adalah sekitar 3 Km.

Kelurahan Meranti Pandak memiliki luas 3,88 Km² dari luas 162 Km² keseluruhan Kecamatan rumbai Pesisir. Terdiri dari 13 RW dan 54 RT. Batas wilayah Kelurahan Meranti Pandak sebagai berikut:

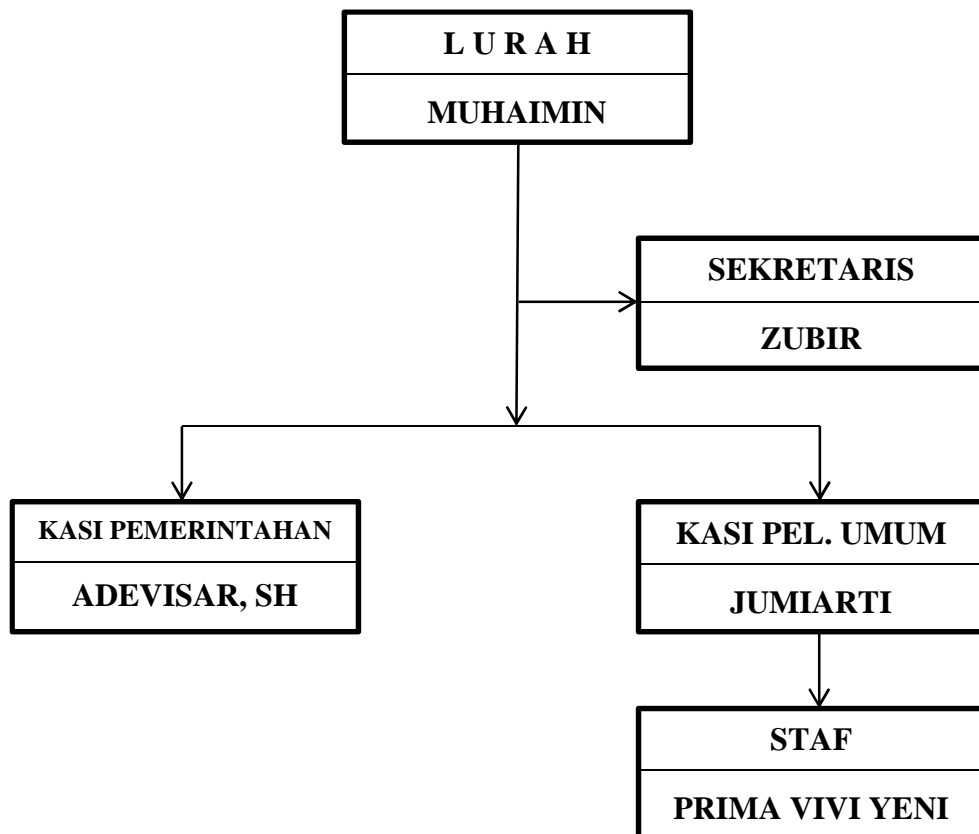
- a. Sebelah utara berbatasan dengan Jl. Kayangan, Rumbai
- b. Sebelah selatan berbatasan langsung dengan sungai siak
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Jl. Yossudarso, Rumbai
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Jl. Sembilang, Rumbai

Susunan Organisasi dan Tata Kerja

Pemerintah Kelurahan Meranti Pandak Kecamatan Rumbai Pesisir

Kota Pekanbaru

Berdasarkan Perda Kota Pekanbaru No. 16 tahun 2008



B. Kependudukan Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru

Tabel II.1

Jumlah Penduduk

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki - Laki	5770
2	Perempuan	6841
Jumlah Penduduk		12611 Jiwa (Dalam 2901 KK)

Tabel II.2

Jumlah penduduk menurut kelahiran dan kematian per-tahun

No.	Jumlah penduduk menurut kelahiran dan kematian	Jumlah
1	Kelahiran per-tahun	46 Jiwa
2	Kematian per-tahun	32 Jiwa

Tabel II.3

Jumlah penduduk menurut yang datang dan yang pindah per-tahun

No.	Jumlah penduduk menurut yang datang dan yang pindah	Jumlah
1	Yang datang per-tahun	165 Jiwa
2	Yang pindah per-tahun	252 Jiwa

Tabel II.4

Jumlah pemeluk agama

No.	Agama	Jumlah
1	Islam	12318
2	Katolik	70
3	Protestan	186
4	Hindu	0
5	Budha	37
Jumlah Penduduk		12611

Tabel II.5

Etnis penduduk

No.	Etnis	Jumlah
1	Minang	52%
2	Melayu	26%
3	Batak	16%
4	Jawa	3%
5	Lain - lain	3%
Jumlah Penduduk		12611 (100%)

Tabel II.6
Tingkat umur penduduk

No.	Tingkat umur penduduk	Jumlah
1	Usia 0-4 tahun	1324
2	Usia 5-17 tahun	2703
3	Usia 18-21 tahun	2014
4	Usia 22-59 tahun	6454
5	Usia 60 tahun keatas	116
Jumlah Penduduk		12611

Tabel II.7
Tingkat pendidikan penduduk

No.	Tingkat pendidikan penduduk	Jumlah
1	Belum sekolah	1823
2	Buta huruf	294
3	Tidak tamat SD/ sederajat	1809
4	Tamat SD/ sederajat	3240
5	Tamat SLTP/ sederajat	2699
6	Tamat SLTA/ sederajat	2320
7	Tamat Diploma	250
8	Tamat S1	176
Jumlah Penduduk		12611

Tabel II.8
Ketenagakerjaan

No.	Ketenagakerjaan	Jumlah
1	Penduduk usia 15-60 tahun produktif kerja	8468
2	Ibu Rumah Tangga	2689
3	Penduduk masih sekolah	8259
Jumlah Penduduk		12611

Tabel II.9
Mata pencaharian pokok penduduk

No.	Mata pencaharian pokok penduduk	Jumlah
1	Buruh	1785
2	Pegawai negeri	50
3	Pengrajin	102
4	Pedagang	812
5	Pegawai swasta	501
6	Guru	74
7	Pensiunan PNS	29
8	Petani	87
9	Nelayan	20
10	Montir	0
11	Dokter	0
12	Sopir	156

13	Pengemudi bajaj	0
14	Pengemudi becak	0
15	TNI/Polri	24
16	Lain – lain	712
Jumlah Penduduk		12611

Tabel II.10

Tingkat kesejahteraan penduduk

No.	Tingkat kesejahteraan penduduk	Jumlah
1	Jumlah keluarga prasejahtera	1812
2	Jumlah keluarga sejahtera 1	306
3	Jumlah keluarga sejahtera 2	371
4	Jumlah keluarga sejahtera 3	215
5	Jumlah keluarga sejahtera 3+	197
Jumlah KK		2901

C. RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru

RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru tepat berada di bawah jembatan Siak III dan dekat dengan sungai. Dalam penelitian ini, penulis memilih RW 04 sebagai tempat penelitian sebab akses yang dekat dengan jalan besar Yossudarso dan kantor Kelurahan Meranti Pandak. Selain itu selama mengadakan pra-riset di Kelurahan Meranti Pandak, penulis menemukan bahwa remaja RW 04 yang lebih sering menghabiskan waktu malam hari dengan menonton televisi.

Tabel II.11

Jumlah Penduduk

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki - Laki	436
2	Perempuan	544
Jumlah Penduduk		980 Jiwa (Dalam 241 KK)

Tabel II.12

Tingkat umur penduduk

No.	Tingkat umur penduduk	Jumlah
1	Usia 0-4 tahun	89
2	Usia 5-17 tahun	232
3	Usia 18-21 tahun	224
4	Usia 22-59 tahun	379
5	Usia 60 tahun keatas	56
Jumlah Penduduk		980

Tabel II.13

Tingkat pendidikan penduduk

No.	Tingkat pendidikan penduduk	Jumlah
1	Belum sekolah	196
2	Buta huruf	21
3	Tidak tamat SD/ sederajat	156
4	Tamat SD/ sederajat	63

5	Tamat SLTP/ sederajat	211
6	Tamat SLTA/ sederajat	269
7	Tamat Diploma	58
8	Tamat S1	18
Jumlah Penduduk		980

Tabel II.14

Tingkat kesejahteraan penduduk

No.	Tingkat kesejahteraan penduduk	Jumlah
1	Jumlah keluarga prasejahtera	94
2	Jumlah keluarga sejahtera 1	59
3	Jumlah keluarga sejahtera 2	65
4	Jumlah keluarga sejahtera 3	14
5	Jumlah keluarga sejahtera 3+	8
Jumlah KK		241

D. Tayangan X-Factor Indonesia di RCTI

X-Factor Indonesia adalah suatu tayangan ajang pencarian bakat yang diadopsi dari X-Factor (Inggris) dengan sponsor dari FremantleMedia yang bekerjasama dengan RCTI. Adapun tahapan – tahapan tayangan X-Factor hingga sekarang, sebagai berikut:

a. Proses Audisi

X-Factor Indonesia berlangsung di sepuluh kota di Indonesia yaitu Medan, Bandung, Padang, Balikpapan, Manado, Makassar, Ambon, Surabaya, Yogyakarta, dan Jakarta. Sementara itu, audisi utama diselenggarakan di lima kota yaitu Medan (Universitas Negeri Medan, 29 September 2012), Bandung (Sasana Budaya Ganesha, 3 Oktober 2012), Surabaya (Balai Prajurit, 23 Oktober 2012), Yogyakarta (Jogja Expo Center, 6 November 2012), dan Jakarta (Jakarta International Expo, 13-14 November 2012). Lebih dari 100.000 pendaftar mengikuti proses audisi X Factor Indonesia. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

Para pendaftar diharuskan berusia minimal 15 tahun sampai dengan usia maksimal yang tidak terbatas, baik dalam format penyanyi solo maupun grup vokal. Audisi online juga digelar selama lima hari, dari tanggal 24 hingga 28 Oktober 2012, melalui situs resmi X-Factor Indonesia. Para peserta yang lolos kemudian tampil di hadapan para juri utama. Tahapan akhir dari proses audisi dilakukan di Studio 8 RCTI. Selama proses audisi para peserta tampil tidak hanya di hadapan empat orang juri utama, tetapi juga disaksikan oleh ribuan penonton secara langsung. Para penonton tersebut turut berperan dalam mempengaruhi keputusan juri utama.

b. Bootcamp

Tahap bootcamp berlangsung selama tiga hari di Studio 8 RCTI dan ditayangkan dalam dua episode pada 25 Januari dan 1 Februari 2013. Dalam babak ini para peserta yang lolos audisi yang berjumlah 119 kontestan dibagi ke

dalam empat kategori, yaitu Boys (solo pria di bawah 24 tahun), Girls (solo wanita di bawah 24 tahun), Over 24s (solo pria dan wanita 24 tahun ke atas), dan Groups (grup vokal). Pada hari pertama audisi para kontestan diminta bernyanyi secara berkelompok, yakni kategori Boys menyanyikan lagu "Harus Terpisah" (Cakra Khan) atau "Hargai Aku" (Armada), kategori Girls menyanyikan "Butiran Debu" atau "Rindu", kategori Over 24s menyanyikan "Separuh Aku" (Noah) atau "Bunga Terakhir", serta kategori Grup menyanyikan "Could It Be" atau "Tak Pernah Padam". Dalam tantangan ini, 74 kontestan dinyatakan lolos ke babak selanjutnya. Pada hari kedua bootcamp para peserta diajarkan koreografi oleh instruktur yang berpengalaman dan kemudian harus memperagakan gerakan tersebut di depan para juri tersebut. Pada hari ketiga bootcamp 48 kontestan yang lolos diminta untuk bernyanyi di hadapan para juri untuk kemudian diperkecil menjadi 24 kontestan. Namun, karena banyaknya talenta yang kuat, juri akhirnya meloloskan 26 kontestan. Para juri juga memutuskan untuk mengubah batasan usia kategori dari 24 tahun menjadi 26 tahun akibat ketatnya persaingan di kategori Over 24s. Karena persaingan di kategori grup yang lemah, para juri membentuk dua grup baru, yaitu grup vokal pria dan grup vokal wanita. Dua grup tersebut beranggotakan empat pria dan empat wanita yang tidak lolos dari tahapan bootcamp untuk kategori Boys dan Girls. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

c. Judge's Visit Home

Tahapan akhir dari proses seleksi X Factor Indonesia adalah Judges' Home Visit. Episode ini ditayangkan pada 8 Februari 2013 dan menjadi episode perdana bagi Anggun sebagai juri dan mentor. Pada tahapan seleksi ini, 27 kontestan yang terbagi dalam empat kategori dibawa mengunjungi rumah mentornya masing-masing. Di sana mereka diminta untuk menyanyikan lagu pilihan mereka di depan mentornya. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

d. Showcase dan Wildcard

Showcase adalah live performance pertama untuk 12 kontestan yang berhasil lolos ke acara Gala live show. Setiap mentor akan memperkenalkan kontestan terbaik yang mereka miliki kepada publik. Setiap kontestan akan tampil satu per satu untuk menunjukkan kemampuan mereka. Pada awal showcase, diumumkan bahwa setiap juri bisa membawa kembali satu kontestan sebagai wildcard. Masyarakat kemudian memilih mana dari empat wildcard yang akan menjadi finalis ketiga belas. Ini membuat juri harus memilih kontestan tambahan untuk diadu di wildcard. Dhani memilih Awan, Rossa memilih Theresia Dina, Anggun memilih Adhi Permana dan Romeo memilih Alex Rudiart. Alex terpilih sebagai kontestan ketiga belas di akhir showcase. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

e. Gala Live Show

Ini adalah tahapan terakhir dimana setiap minggunya ke – 13 kontestan akan mempersembahkan talent terbaiknya dan posisi terbawah akan tereliminasi hingga akhirnya menyisakan 2 kontestan difinal. (X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 31 Maret 2013)

Tabel II.15

Detil Gala Live Show hingga tanggal 10 Mei 2013

No.	Minggu ke-	Detil Tayangan
1	<i>Minggu 1 (22 Februari 2013)</i>	<p>Tema: Mentor's Choice</p> <p>Penampilan secara grup: "One More Night"</p> <p>Bintang tamu: Sandhy Sondoro ("Tak Pernah Padam"/"End of the Rainbow"/"Malam Biru")</p> <p><u>Keputusan para juri untuk diselamatkan</u></p> <p>Anggun: Dicky Adam – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Dhani: Ilusia Girls – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Dicky Adam – merasa Dicky memiliki kemajuan yang lebih cepat daripada Ilusia Girls</p> <p>Rossa: Ilusia Girls – meyakini Ilusia Girls</p>

		<p>memiliki "kekuatan" dalam bernyanyi</p> <p>Dengan diraihnya dua suara juri oleh masing-masing kontestan, keputusan menjadi buntu dan dikembalikan pada pilihan publik. Dicky Adam tereliminasi karena memperoleh SMS terendah.</p>
2	<i>Minggu 2 (1 Maret 2013)</i>	<p>Tema: Song's from my Mentor's</p> <p>Penampilan secara grup: "I Gotta Feeling" Bintang tamu: Slank ("Kuil Cinta")</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p> <p>Dhani: Dalagita – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Isa Raja – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Anggun: Isa Raja – tidak memberikan alasan</p> <p>Rossa: Isa Raja – tidak memberikan alasan</p>
3	<i>Minggu 3 (8 Maret 2013)</i>	<p>Tema: My Favourite Song</p> <p>Penampilan secara grup: "Malam Indah"</p> <p>Bintang tamu: Cakra Khan ("Harus Terpisah")</p>

		<p><u>Keputusan para juri untuk diselamatkan</u></p> <p>Rossa: Yohanna Febrianti – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Isa Raja – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Dhani: Yohanna Febrianti – tidak memberikan alasan</p> <p>Anggun: Isa Raja – tidak memberikan alasan</p> <p>Dengan diraihnya dua suara juri oleh masing-masing kontestan, keputusan menjadi buntu dan dikembalikan pada pilihan publik. Yohanna Febrianti tereliminasi karena memperoleh SMS terendah.</p>
4	<i>Minggu 4 (15 Maret 2013)</i>	<p>Tema: The 90's Hits</p> <p>Penampilan secara grup: "Livin' La Vida Loca"/"Let's Get Loud"/"Smooth"</p> <p>Bintang tamu: Anggun ("Bayang-Bayang Ilusi"/"Takut")</p> <p><u>Keputusan para juri untuk diselamatkan</u></p> <p>Anggun: Gede Bagus – melindungi</p>

		<p>kontestan didikannya</p> <p>Dhani: Ilusia Girls – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Rossa: Gede Bagus – tidak memberi alasan</p> <p>Bebi: Gede Bagus – karena Ilusia Girls akan lebih sukses sebagai penyanyi</p> <p>Solo.</p>
5	<i>Minggu 5 (22 Maret 2013)</i>	<p>Tema: Mega Hits Indonesia</p> <p>Penampilan secara grup: "Masih Ada"</p> <p>Bintang tamu: Ahmad Dhani ("Sabda Alam")</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p> <p>Rossa: Shena Malsiana – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Agus Hafiluddin – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Dhani: Shena Malsiana – tidak memberikan alasan</p> <p>Anggun: Shena Malsiana – tidak memberikan alasan.</p>
6	<i>Minggu 6 (29 Maret 2013)</i>	<p>Tema: My Musical Inspiration</p> <p>Penampilan secara grup: "Let's Get It</p>

		<p>Started"</p> <p>Bintang tamu: Regina Ivanova ("I Will Always Love You") dan Judika ("Sweet Child o'Mine")</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p> <p>Anggun: Gede Bagus – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Alex Rudiart – melindungi kontestan didikannya</p> <p>Dhani: Gede Bagus – sebagai penghormatan untuk ulang tahun ibu Gede Bagus</p> <p>Rossa: Gede Bagus – berdasarkan kinerja final.</p>
7	Minggu 7 (5 April 2013)	<p>Tema: Hits Of Century</p> <p>Penampilan secara grup: "Gangnam Style"/"Party Rock Anthem"/"Harlem Shake"</p> <p>Bintang tamu: Ari Lasso ("Mengejar Matahari") dan Tompi ("Menghujam Jantungku"/"Locked Out of Heaven")</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p>

		<p>Rossa: Mikha Angelo – tidak memberikan alasan</p> <p>Bebi: Mikha Angelo – menyatakan bahwa kompetisi masih memerlukan Mikha</p> <p>Dhani: Mikha Angelo – tidak memberikan alasan</p> <p>Anggun tidak memilih karena sudah adanya suara mayoritas.</p>
8	<i>Minggu 8 (12 April 2013)</i>	<p>Tema: East Meets West</p> <p>Penampilan secara grup: "Tetap Semangat"/"I Love Rock N'Roll"</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p> <p>Dhani: Nu Dimension - melindungi kontestan didikannya</p> <p>Bebi: Isa Raja - melindungi kontestan didikannya</p> <p>Rossa: Nu Dimension - menyukai harmonisasi yang dibawakan finalis</p> <p>Anggun: Isa Raja - menggemari penampilan finalis</p> <p>Dengan diraihnya dua suara juri oleh</p>

		<p>masing-masing kontestan, keputusan menjadi buntu dan dikembalikan pada pilihan publik. Isa Raja tereliminasi karena memperoleh SMS terendah.</p>
9	<i>Minggu 9 (19 April 2013)</i>	<p>Tema: Woman's Day</p> <p>Penampilan secara grup: "Hanya Memuji"</p> <p><u><i>Keputusan para juri untuk diselamatkan</i></u></p> <p>Baik Shena maupun Mikha dikirim pulang sebagai tuan rumah kemudian mengumumkan bahwa kedua tindakan yang aman. Tidak ada penghapusan sebagai bagian dari perayaan hari Kartini dan memberikan suara masih akan dihitung untuk minggu berikutnya.</p>
10	<i>Minggu 10 (26 April 2013)</i>	<p>Tema: Indonesian Songs Choice by Mentors; Movie Soundtrack</p> <p>Penampilan secara grup: "Ain't No Mountain High Enough"</p> <p>Bintang tamu: Haley Reinhart ("Bennie and the Jets").</p>
11	<i>Minggu 11 (3 Mei 2013)</i>	<p>Tema: Night Of The Superstars; Tribute to Noah/Peterpan</p>

		<p>Penampilan secara grup: "Khayalan Tingkat Tinggi"</p> <p>Bintang tamu: Lenka ("Trouble Is A Friend") dan Noah ("Hidup Untukmu Mati Tanpamu").</p>
12	<i>Minggu 12 (10 Mei 2013)</i>	<p>Tema: TBA</p> <p>Penampilan secara grup: "It's My Life"</p> <p>Bintang tamu: Mika.</p>

(X-Factor Indonesia. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia, akses tanggal 10 Mei 2013)

BAB III

PENYAJIAN DATA

Pada bab ini penulis akan menyajikan data – data yang diperoleh dari angket yang telah disebarkan sebanyak 50 eksemplar sesuai dengan jumlah sample dan diisi oleh semua responden. Data yang disajikan berupa tabel yang berisi frekuensi dan persentase, frekuensi diperoleh setelah melakukan proses tabulasi terhadap angket dengan menghitung jumlah pilihan responden penelitian untuk masing – masing opsi. Dari frekuensi tersebut kemudian dicari persentase masing – masing opsi.

Tabel III.1
Jenis Kelamin Responden

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Laki – Laki (18 – 21Tahun)	22	44 %
b	Perempuan (18 – 21Tahun)	23	46 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan table III.1 dapat dilihat bahwa jumlah responden laki – laki sebanyak 22 orang (44 %) dan responden perempuan sebanyak 23 orang (46 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan jumlah responden perempuan lebih banyak dari pada reponden laki – laki.

Tabel III. 2
Pendidikan Terakhir Responden

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	SD	3	6 %
b	SMP	10	20 %
c	SMA	12	24 %
d	PERGURUAN TINGGI	25	50 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.2 dapat dilihat bahwa jumlah pendidikan terakhir responden tingkat SD sebanyak 3 orang (6 %) , pendidikan terakhir responden tingkat SMP sebanyak 10 orang (20 %), pendidikan terakhir responden tingkat SMA sebanyak 12 orang (24 %) dan pendidikan terakhir responden Perguruan Tinggi sebanyak 25 orang (50 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan dari 50 responden, setengah diantaranya merupakan mahasiswa.

Tabel III.3
Penghasilan Orang Tua Responden

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	500.000 - 1.000.000	6	12 %
b	1.000.000 - 1.500.000	17	34 %
c	1.500.000 - 2.000.000	15	30 %
d	2.000.000 Keatas	12	24 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.3 dapat dilihat bahwa penghasilan orang tua responden 500.000 - 1.000.000 sebanyak 6 orang (12 %), penghasilan orang tua responden 1.000.000 - 1.500.000 sebanyak 17 orang (34 %), penghasilan orang tua responden 1.500.000 - 2.000.000 sebanyak 15 orang (30 %) dan penghasilan orang tua responden 2.000.000 keatas sebanyak 12 orang (24 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata – rata penghasilan orang tua responden sebesar kurang lebih 1.500.000 - 2.000.000 perbulan.

Table III.4

Tanggapan responden terhadap kepemilikan televisi di rumah masing – masing

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Ada	50	100 %
b	Tidak Ada	0	0 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.4 dapat dilihat bahwa 100 % responden memiliki televisi di rumah masing – masing.

Table III.5

Tanggapan responden terhadap seberapa sering menonton televisi setiap hari

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat sering	6	12 %
b	Sering	17	34 %
c	Kurang	15	30 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.4 dapat dilihat bahwa sebanyak 6 orang (12 %) responden sangat sering menonton televisi setiap hari, sebanyak 17 orang (34 %)

responden sering dan 15 orang (30 %) responden kurang sering menonton televisi setiap hari. Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan responden yang memilih alternatif jawaban sering menonton televisi setiap hari adalah lebih banyak.

Tabel III.6

Tanggapan responden terhadap seberapa lama menonton televisi selama sehari

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Lebih dari 5 jam	15	30 %
b	3-4 jam	19	38 %
c	1-2 jam	16	32 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.5 dapat dilihat bahwa responden yang menonton televisi selama lebih dari 5 jam sebanyak 15 orang (30 %), responden yang menonton televisi selama 3-4 jam sebanyak 19 (38 %) dan responden yang menonton televisi selama 1-2 jam sebanyak 16 (32 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan responden yang memilih alternatif jawaban menonton televisi selama 3-4 jam adalah lebih banyak.

Tabel III.7

Tanggapan responden terhadap waktu sering menonton televisi

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Malam	32	64 %
b	Siang	11	22 %
c	Pagi	7	14 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.7 dapat dilihat bahwa responden yang sering menonton televisi di malam hari sebanyak 32 orang (64 %), responden yang sering menonton televisi di siang hari sebanyak 11 orang (22 %) dan responden yang sering menonton televisi di pagi hari sebanyak 7 orang (14 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata – rata responden sering menonton televisi di malam hari.

Tabel III.8

Tanggapan responden terhadap program yang sering ditonton

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Hiburan	29	58 %
b	Informasi	13	26 %
c	Pendidikan	8	16 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.8 dapat dilihat bahwa responden menonton program hiburan sebanyak 29 orang (58 %), responden menonton program informasi sebanyak 13 orang (26 %) dan responden menonton program pendidikan sebanyak 8 orang (16 %). Maka dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa rata – rata responden sering menonton program hiburan.

Tabel III.9

Tanggapan responden terhadap pernah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat sering	16	32 %
b	Sering	18	36 %
c	Kurang	16	32 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.9 dapat dilihat bahwa responden yang sangat sering menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 16 orang (32 %), responden yang sangat menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 18 orang (36 %) dan responden yang kurang menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 16 orang (32 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban sering adalah lebih banyak.

Tabel III.10

Tanggapan responden terhadap menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk pertaman kalinya

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat terhibur	18	36 %
b	Terhibur	16	32 %
c	Kurang	16	32 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.10 dapat dilihat bahwa responden yang merasa sangat terhibur setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk pertama kalinya sebanyak 18 orang (36 %), responden yang merasa terhibur setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk pertama kalinya terhibur sebanyak 16 orang (32 %) dan responden yang merasa kurang terhibur setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI untuk pertama kalinya sebanyak 16 orang (32 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban sangat terhibur adalah lebih banyak.

Tabel III.11

Tanggapan responden terhadap keinginan untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setelah yang pertama kalinya

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat ingin	16	32 %
b	ingin	14	28 %
c	Kurang	20	40 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.11 dapat dilihat bahwa responden yang sangat ingin untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setelah yang pertama kalinya sebanyak 16 orang (32 %), responden yang ingin untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setelah yang pertama kalinya sebanyak 14 orang (28%) dan responden yang kurang ingin untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setelah yang pertama kalinya sebanyak 20 orang (40%). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban kurang ingin adalah lebih banyak.

Tabel III.12

Tanggapan responden terhadap menyediakan waktu khusus untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat sering	15	30 %
b	Sering	13	26 %
c	Kurang	22	44 %
Jumlah		50	100 %

Bedasarkan tabel III.12 dapat dilihat responden yang sangat sering menyediakan waktu khusus untuk untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 15 orang (30 %), responden yang sering menyediakan waktu khusus untuk untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 13 orang (26 %) dan responden yang kurang menyediakan waktu khusus untuk untuk menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 22 orang (44 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban kurang adalah lebih banyak.

Tabel III.13

Tanggapan responden terhadap alasan untuk menonton tayangan X-Factor
Indonesia di RCTI

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Mencari hiburan	24	48 %
b	Tidak ada program menarik lainnya	12	24 %
c	Lagi suntuk	14	28 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.13 dapat dilihat responden yang menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI dengan alasan mencari hiburan sebanyak 24 orang (48 %), responden yang menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI dengan alasan tidak ada program menarik lainnya sebanyak 12 orang (24 %), dan responden yang menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI dengan alasan lagi suntuk sebanyak 14 orang (28 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban mencari hiburan adalah lebih banyak.

Tabel III.14

Tanggapan responden terhadap hal yang membuat tertarik menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Melihat penampilan peserta kompetisi	31	62 %
b	Melihat para juri menilai peserta kompetisi	9	18 %
c	Belajar teknik vokal yang baik	10	20 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.14 dapat dilihat responden yang tertarik menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya untuk melihat penampilan peserta kompetisi sebanyak 31 orang (62 %), responden yang tertarik menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya untuk melihat para juri menilai peserta kompetisi sebanyak 9 orang (18 %) dan responden yang tertarik menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya untuk belajar teknik vokal yang baik sebanyak 10 orang (20 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban melihat penampilan peserta kompetisi adalah lebih banyak.

Tabel III.15

Tanggapan responden terhadap sikap jika diganggu ketika menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Marah	22	44 %
b	Diam	19	38 %
c	Cuek saja	9	18 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.15 dapat dilihat responden yang jika diganggu ketika menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya merasa marah sebanyak 22 orang (44 %), responden yang jika diganggu ketika menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya hanya diam sebanyak 19 orang (38 %) dan responden yang jika diganggu ketika menyaksikan tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya hanya cuek saja sebanyak 9 orang (18 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban marah adalah lebih banyak.

Tabel III.16

Tanggapan responden untuk mengikuti perkembangan para peserta X-Factor
Indonesia di RCTI diluar jam tayang

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat sering	14	28%
b	Sering	10	20 %
c	Kurang	26	52 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.16 dapat dilihat bahwa responden yang sangat sering mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI diluar jam tayang sebanyak 14 orang (28 %), responden yang sering mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI diluar jam tayang sebanyak 10 orang (20 %) dan responden yang kurang mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI diluar jam tayang sebanyak 26 orang (52 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban kurang adalah lebih banyak.

Tabel III.17

Tanggapan responden terhadap media untuk mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Akun Twitter	14	28%
b	Akun FB	14	28 %
c	Acara infotainment di RCTI	22	44 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.17 dapat dilihat bahwa responden yang mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI lewat akun twitter sebanyak 14 orang (28 %), responden yang mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI lewat akun FB sebanyak 14 orang (28 %) dan responden yang mengikuti perkembangan para peserta X-Factor Indonesia di RCTI lewat acara infotainment di RCTI sebanyak 22 orang (44 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternative jawaban acara infotainment di RCTI adalah lebih banyak.

Tabel III.18

Tanggapan responden terhadap bertambahnya wawasan dibidang musik atau olah vokal setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat bertambah	15	30%
b	Bertambah	19	38 %
c	Biasa saja	16	32 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III. 18 dapat dilihat bahwa responden yang sangat bertambah wawasan dibidang musik atau olah vokal setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 15 orang (30 %), responden yang bertambah wawasan dibidang musik atau olah vokal setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 19 orang (38 %) dan responden yang merasa biasa saja wawasannya dibidang musik atau olah vokal setelah menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI sebanyak 16 orang (32 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban bertambah adalah lebih banyak.

Tabel III.19

Tanggapan responden terhadap ketertarikan untuk mendaftar menjadi calon peserta X-Factor Indonesia di RCTI jika ada season kedua suatu saat nanti

Opsi	Alternatif Jawaban	F	P
a	Sangat tertarik	16	32%
b	tertarik	15	30 %
c	Tidak tertarik	19	38 %
Jumlah		50	100 %

Berdasarkan tabel III.19 dapat dilihat bahwa responden yang sangat tertarik untuk mendaftar menjadi calon peserta X-Factor Indonesia di RCTI jika ada season kedua suatu saat nanti sebanyak 16 orang (32 %), tertarik sebanyak 15 orang (30 %) dan tidak tertarik sebanyak 19 orang (38 %). Maka dari tabel diatas responden yang memilih alternatif jawaban tidak tertarik lebih banyak.

BAB IV

ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis akan menyajikan analisa terhadap data yang diperoleh dari angket yang telah disebarkan kepada responden. Sebagaimana yang telah dipaparkan dalam bab III, angket yang telah disebarkan berjumlah 50 buah sesuai dengan jumlah responden yang menjadi sampel penelitian. Dalam setiap angket terdapat 19 pertanyaan, namun dalam hal ini hanya 15 pertanyaan (2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16) diluar identitas responden yang mengindikasikan minat dimana mengandung 3 opsi. Masing – masing opsi mewakili satu kategori sesuai dengan bobotnya. Opsi a mewakili kategori tinggi, opsi b mewakili kategori sedang dan opsi c mewakili kategori rendah.

Analisa data ini pada prinsipnya bertujuan untuk menjawab rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam bab I yakni untuk mengetahui bagaimana minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI. Artinya besar kecilnya persentase yang diperoleh menunjukkan tinggi atau tidaknya minat remaja dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI.

Langkah pertama yang dilakukan adalah terlebih dahulu membuat rekapitulasi terhadap jawaban responden pada soal – soal yang terdapat dalam angket untuk mengetahui nilai N.

Tabel rekapitulasi pada dasarnya merupakan tabel yang memuat data yang diperoleh dari angket sebagaimana yang telah dipaparkan dalam bab III. Perbedaan dengan bab III adalah jika pada bab III disajikan data dalam bentuk vertikal maka dalam bab ini disajikan data dalam bentuk horizontal.

Dari rekapitulasi angket, kemudian akan dicari jumlah keseluruhan dari frekuensi masing – masing opsi. Jumlah keseluruhan masing – masing opsi akan diberi tanda dengan N. sedangkan frekuensi yang diharapkan diberi tanda dengan F. frekuensi yang diharapkan diperoleh dengan memberi bobot pada masing – masing opsi sesuai dengan jumlah pilihan responden. Selanjutnya setelah N dan F diketahui baru dikalikan dengan 100 dan dibagi 3. Angka seratus merupakan angka konstanta dari persentase. Sedangkan angka 3 merupakan kualitas dari opsi, karena data dibedakan atas 3 kategori yakni baik, sedang dan kurang.

Data selengkapnya dapat dilihat dari pemaparan tabel IV.1 sebagai berikut:

Tabel IV.1
Rekapitulasi Angket

Item	a		b		c	
	F	P	F	P	F	P
2	15	30 %	19	38 %	16	32 %
3	19	38 %	19	38 %	12	24 %
4	32	64 %	11	22 %	7	14 %
5	29	58 %	13	26 %	8	16 %

6	16	32 %	18	36 %	16	32 %
7	18	36 %	16	32 %	16	32 %
8	16	32 %	14	28 %	20	40 %
9	15	30 %	13	26 %	22	44 %
10	24	48 %	12	24 %	14	28 %
11	31	62 %	9	18 %	10	20 %
12	22	44 %	19	38 %	9	18 %
13	14	28 %	10	20 %	26	52 %
14	14	28 %	14	28 %	22	44 %
15	15	30 %	19	38 %	16	32 %
16	16	32 %	15	30 %	19	38 %
Jumlah	296		221		233	

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui N yakni: $296 + 221 + 233 = 750$.

Angka ini merupakan jumlah frekuensi opsi a, b dan c. langkah selanjutnya adalah mencari nilai F dengan terlebih dahulu memberi bobot kepada masing – masing opsi sesuai dengan kategorinya sebagai berikut:

Opsi a diberi bobot 3

Opsi b diberi bobot 2

Opsi c diberi bobot 1

Dengan demikian akan diperoleh F sebagai berikut:

$$\text{Opsi a:} \quad 296 \times 3 = 888$$

$$\text{Opsi b:} \quad 221 \times 2 = 442$$

$$\text{Opsi c:} \quad 233 \times 1 = 233$$

$$\text{Jumlah:} \quad 888 + 442 + 233 = 1563$$

Setelah nilai F dan nilai N diperoleh, langkah selanjutnya adalah memasukkan angka – angka tersebut kedalam rumus persentase sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% : 3$$

$$P = \frac{1563}{750} \times 100\% : 3$$

$$P = \frac{156300 \times 100}{75000 \times 3}$$

$$P = \frac{156300}{2250}$$

$$P = 69,47 \%$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh persentase sebesar 69,47%. Angka ini jika diukur dengan indikator persentase yang telah ditetapkan pada bab I penelitian ini maka dikategorikan kedalam kategori sedang.

Selanjutnya akan dipaparkan analisa terhadap tabel – tabel yang telah dipaparkan dalam bab III penelitian. Analisa dibuat dengan melihat opsi terbesar yang terdapat dalam tabel. Berdasarkan angka persentase tersebut kemudian

ditentukan kategori untuk masing aspek tersebut. Analisa selanjutnya dapat dilihat dari pemaparan dibawah ini.

Item 2 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi b yakni 38 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi b dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 3 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a dan b yakni sama – sama 38 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dan b dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 4 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 64 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan sedang.

Item 5 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 58 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan sedang.

Item 6 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi b yakni 36 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi b dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 7 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 36 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 8 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi c yakni 40 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi c dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 9 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi c yakni 44 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi c dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 10 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 48 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 11 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 62 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan sedang.

Item 12 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi a yakni 44 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya

persentasi a dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 13 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi c yakni 52 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi c dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 14 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi c yakni 44 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi c dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 15 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi b yakni 38 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi b dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Item 16 menunjukkan persentase terbesar pilihan responden berada pada opsi c yakni 38 % dari keseluruhan responden. Hal ini ditandai dengan besarnya persentasi c dibanding opsi lain. Dengan demikian, dilihat dari aspek ini secara umum responden dikategorikan rendah.

Dari analisis data diatas, dapat diketahui bahwa antara data – data yang didapatkan dilapangan dengan mempedomani konsep dengan *Theory Uses and Gratifications* (Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan) masih berkesinambungan dalam sebuah tayangan di stasiun televisi RCTI. Artinya dari data – data yang sudah ada terlihat jelas bahwa *Theory Uses and Gratifications*

(Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan) sangat berperan untuk sebuah program di televisi dimana khalayak tersebutlah yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif – motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif. (Kriyantono, 2006:206)

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dapat disimpulkan bahwa:

1. Minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI adalah sedang. Hal ini dapat dilihat dari angka persentase rata – rata kuantitatif sebesar 69,47 %. Disamping itu indikator sedangnya minat remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru dalam menonton tayangan X-Factor Indonesia di RCTI juga dapat dilihat dari tabel – tabel yang memuat indikator minat dimana sebagian besar memiliki persentase sedang.

B. Saran

Hasil penelitian ini masih menunjukkan bahwa:

1. Terdapat hal – hal yang harus diperhatikan agar remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru tidak hanya menonton tayangan – tayangan yang sarat hiburan semata melainkan juga diimbangi dengan menonton tayangan – tayangan yang berisikan informasi dan pendidikan.
2. Selain itu, remaja RW 04 Kelurahan Meranti Pandak Kota Pekanbaru hendaknya bisa mengambil manfaat dari tayangan yang mereka tonton,

hal ini dapat dilihat dari minimnya kesadaran remaja untuk sedikit banyaknya belajar dan mengambil pelajaran penting dalam tayangan X-Factor Indonesia di RCTI setiap minggunya sebagai modal untuk menjadi calon peserta X-Factor Indonesia dikemudian hari jika ada season kedua, karena tidak bisa dipungkiri bahwa industri musik di Indonesia sedang dalam masa yang menjanjikan.

3. RCTI sebagai salah satu stasiun swasta pertama dan masih eksis hingga saat ini sah – sah saja mempertahankan pemirsanya dengan menyuguhkan acara – acara yang berbau hiburan. Namun, disamping itu juga harus memperbanyak tayangan – tayangan yang berisikan informasi dan edukasi demi menciptakan generasi penerus bangsa dalam hal ini adalah remaja agar berimbang wawasan dan ilmu pengetahuannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mighwar (2006). *Psikologi Remaja : Petunjuk bagi Guru dan Orangtua*. Bandung : Pustaka Setia.
- Daryanto (1998). *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya : Apollo.
- Gerungan, DR. W.A. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Gunarso, Singgih (1995). *Psikologis praktis Anak remaja dan keluarga*. Jakarta : PT. BPK. Gunung Mulia.
- Kriyantono, Rachmat (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- _____ (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Idrus, Muhammad (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial : pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Rachman, Abdul (2009). *Dasar – Dasar Penyiaran*. Pekanbaru : UR Press.
- Rackmat, Jalaluddin (2004). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- _____ (2009). *Metode penelitian Sosial*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rubani, Mardiah (2010). *Psikologi Komunikasi*. Pekanbaru : UR Press.
- Soleh, Achmad Zanbar (2005). *Ilmu Statistik : Pendekatan Teoritis dan Aplikasi*. Bandung : Rekayasa Sains.
- Warsito, Hermawan (1992). *Pengantar Metodologi Penelitian : Buku Panduan Mahasiswa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Sumber yang bukan buku:

- “Company Profil” RCTI. <http://www.rcti.tv/companyprofil> (akses tanggal 13 Desember 2012).
- “X-Factor Indonesia”. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia (akses tanggal 31 Maret 2013).
- “X-Factor Indonesia”. http://id.wikipedia.org/wiki/x_factor_indonesia (akses tanggal 10 Mei 2013).
- “RCTI”. <http://id.wikipedia.org/wiki/RCTI> (akses tanggal 29 November 2012).